



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PISA

FACOLTÀ DI ECONOMIA

Dipartimento di Economia Aziendale

Corso di Laurea Specialistica in “Marketing e Ricerche di Mercato”

TITOLO DELLA TESI

Il sistema moda in Toscana: nascita, affermazione e prospettive di sviluppo

Relatore:

Prof. Valeria PINCHERA

Candidato:

Francesca SPINAZZOLA

Anno accademico 2005/2006

Indice

Introduzione	3
---------------------------	----------

Capitolo 1

La moda e il made in Italy

1.1 La moda e lo stato dell' arte	9
1.2 La moda e il made in Italy	14
1.3 Radici storiche del made in Italy	24
1.4 Made in Italy: la creatività orientata al mercato	32
1.5 Punti di debolezza e di forza del made in Italy	37

Capitolo 2

Origine della moda e la Toscana

2.1 Artigianato toscano: base dell'italian style	47
2.2 Toscana e moda: tra Fascismo e Autarchia	60
2.3 Grazie a Giorgini, grazie a Firenze nacque la moda italiana	71
2.4 Dal declino di Firenze all'affermazione di Milano come capitale del made in Italy	83
Allegati	99

Capitolo 3

Il sistema moda in Toscana

3.1 La modernizzazione del sistema moda in Toscana	109
3.2 Sistema moda in Italia e sistema moda in Toscana: un confronto	121
3.3 Descrizione del sistema moda in Toscana	137
3.4 La Toscana e il commercio estero	153
 Conclusioni	 165
 Bibliografia	 173
 Sitografia	 181

Introduzione

Il tema della moda è stato fino a non molto tempo fa del tutto trascurato dagli studi scientifici e da quelli accademici. In realtà il settore racchiude in sé un grande patrimonio culturale di conoscenze e di innovazioni, ed esprime una delle poche eccellenze competitive italiane riconosciute a livello internazionale. Tuttora, la moda costituisce la variabile più significativa del made in Italy, per la sua importanza in termini di occupati per il contributo alla bilancia dei pagamenti, per le industrie collegate e di supporto, nonché per il contributo che fornisce all'immagine italiana a livello internazionale.

Se la moda riveste un'importanza fondamentale per l'Italia, ne ha ancora di più per la Toscana, dove rappresenta il primo comparto industriale per importanza economica. In particolare in Toscana, nel 2000, operavano nel settore circa 27.000 aziende e 150.000 lavoratori, che rappresentavano circa il 20% delle imprese italiane della moda ed il 16% degli addetti totali. Nel 2000 inoltre, il comparto moda si era assestato come peso intorno al 7% del complesso dell'economia regionale, mentre esso contribuiva per 17% al valore aggiunto totale prodotto dal sistema moda nazionale, valore superiore di circa 10 punti percentuali a quello dell'industria della regione.

La moda in Italia sta attraversando oggi un momento di crisi: non è più in grado di imporre i propri dettami sui consumatori, vi è una maggiore concorrenza soprattutto dei paesi dell'Europa orientale e di quelli asiatici, con relativo calo delle esportazioni nazionali. Si registra poi un trend negativo dei consumi interni, vi è una tendenza del sistema verso un continuo processo di terziarizzazione, inoltre la globalizzazione ha reso la domanda molto più soggetta ai mutamenti internazionali. I fattori che avevano resa famosa nel mondo la moda italiana negli anni Cinquanta, ad oggi non bastano più a mantenere il sistema competitivo. Infatti a causa della competizione globale, la sola etichetta made in Italy non può più garantire il successo, ma diviene necessaria l'intensificazione di strategie per l'innovazione di prodotto e di processo, per la realizzazione di articoli innovativi

e rispondenti alle esigenze dei consumatori finali. Questo vale tanto per l'Italia quanto per la Toscana. Per quest'ultima infatti permane nel terzo millennio, un sistema industriale della moda basato sulla piccola impresa a conduzione familiare, in cui vi è una carenza di funzioni manageriali, innovative e di servizi adeguati.

L'obiettivo della tesi è stato quindi quello di analizzare il rilievo del sistema moda nell'economia italiana, con un particolare riferimento alla Toscana. A tal proposito, si è inteso verificare quelli che sono stati i fattori distintivi e competitivi del sistema moda toscano, per vedere se questo è ancora oggi un comparto dinamico e in grado di affrontare le nuove sfide competitive.

Al riguardo, dopo una fase introduttiva al tema della moda e alle tappe che hanno portato alla sua nascita, un'attenzione particolare è stata data alla ricostruzione, mediante i dati censuari, del sistema industriale della moda in Toscana dal 1951 al 1971. Nel corso di tale ventennio, oltre ad aver assistito alla nascita della moda in Italia, si è anche verificata la sua trasformazione: da fenomeno artigianale ad industriale e di massa. Gli anni Sessanta, sono infatti gli anni del boom economico e dell'industrializzazione per tutte le regioni italiane, di conseguenza la moda diventa sempre più legata all'industria, mentre perde di importanza l'artigianato e la qualità dell'abito, cedendo spazio a chi lo disegna. Dalla fine degli anni Sessanta infatti in Italia si ha la nascita dello stilismo, con lo stilista sarebbe diventato sempre più il protagonista delle sfilate di moda. Per tutti questi motivi è diventato fondamentale analizzare come il sistema moda in Toscana possa aver reagito a questa trasformazione. In ultimo si è analizzato il contesto attuale in cui si trova ad operare il sistema moda in Toscana, confrontandolo con il dato nazionale, per verificare la sua specificità ed i suoi punti di forza e di debolezza.

Relativamente al tema della moda esiste una vasta letteratura, ma i relativi riferimenti bibliografici risultano principalmente associati alla storia del costume, agli aspetti sociologici, psicologici, antropologici e di semiotica, ai quali solo nell'ultimo decennio si sono aggiunte ricerche di carattere economico. La crescente complessità del settore, rende inevitabile la necessità di un approccio

economico-manageriale, di cui in passato si era potuto fare a meno. Diventa quindi necessario nel contesto attuale, un approccio manageriale che analizzi la moda anche da un punto di vista economico e delle imprese che vi operano. Nella trattazione della tesi, per poter quindi dare una visione più completa possibile del sistema moda, si è cercato di svolgere uno studio interdisciplinare, articolato su tre piani diversi: uno storico, uno sociale ed uno economico.

In particolare sono stati utilizzati riferimenti storico-sociali per la trattazione dei primi due capitoli, mentre per l'ultima parte, data la carenza delle fonti, è stata determinante l'elaborazione dei dati dei censimenti industriali dell'Istat, che hanno consentito di poter fare una ricostruzione di lungo periodo del sistema moda in Toscana dal 1951 al 1971, analizzandone l'evoluzione e i principali cambiamenti strutturali. Inoltre, per analizzare le caratteristiche del contesto attuale in cui si trova ad operare il sistema moda toscano e raffrontarlo con quello nazionale, sono risultati basilari i rapporti di ricerca dell'Irpet, dell'Osservatorio Regionale toscano sull'artigianato, della Regione Toscana, e dell'Unionecamere Toscana. L'analisi di questi rapporti è stata poi integrata con elaborazioni di dati Istat, Starnet e della Camera nazionale della moda italiana. Infine è stata utile la consultazione di riviste specializzate quali Mark-up, Largo consumo, Micro & Macro Marketing, e di banche dati on-line, come quella del Il Sole 24 ore e di Pambianco.

La tesi, inoltre è stata basata su un'esperienza di stage all'interno di un'azienda della provincia di Pisa, la Quesia S.r.l., che si occupa della produzione di articoli in cuoio e pelletteria. Attraverso tale esperienza si è potuta conoscere a fondo la realtà delle PMI, ricavandone suggerimenti per approfondire le dinamiche del sistema moda italiano e toscano.

L'obiettivo della tesi, data la complessità e la vastità dell'argomento, non è stato comunque solo quello di dare possibili soluzioni ai problemi o alle carenze del sistema moda toscano, ma anche quello di fornire un quadro quanto più possibile completo del settore negli ultimi decenni, al fine di sopperire alla carenza di studi di carattere economico sull'argomento.

Il lavoro di tesi si articola in tre capitoli, cui seguono alcune considerazioni conclusive. Il primo capitolo costituisce un'introduzione generale alle origini e alla formazione del sistema moda in Italia. Proprio il settore della moda in Italia risulta la variabile più importante del made in Italy, tanto che per lungo tempo con tale etichetta si è inteso fare soprattutto riferimento alla moda italiana. Quest'ultima pone le sue basi proprio nelle caratteristiche peculiari del made in Italy, e questo è il motivo per cui è diventato opportuno estendere l'analisi, nella seconda parte del capitolo, utilizzando fonti storico-sociali, alle radici storiche e ai simboli evocati dall'etichetta, identificando in ultimo quelli che sono i suoi punti di forza e di debolezza.. Analizzando infatti questi aspetti del made in Italy è possibile capire cosa può distinguerlo e quindi costituire un punto di forza per l'intera economia italiana.

Nel secondo capitolo si sono volute ricostruire da un punto di vista storico-sociale le tappe che hanno condotto alla nascita della moda in Italia, dall'epoca medievale fino agli anni Ottanta, anni in cui si ha la consacrazione di Milano come capitale della moda italiana a livello internazionale.

La moda italiana si caratterizzava rispetto alla realtà della moda francese, allora dominante, per la sua praticità, versatilità, artigianalità, creatività e soprattutto per i suoi costi contenuti. Tra questi caratteri quello più importante è stato sicuramente l'aspetto artigianale degli abiti, l'attività artigianale che aveva solide origini medievali e che principalmente consisteva nella lavorazione e nel commercio della lana, della seta, del cuoio e delle pelli. A tal proposito è risultato opportuno dare una descrizione di come queste arti antiche si erano organizzate e poi sviluppate nel corso dei secoli, fino a diventare un'eccellenza competitiva della regione. In particolare, nella lavorazione e produzione dei tessuti e del cuoio-pelle, la Toscana risultava essere più abile rispetto alle altre regioni italiane e alle principali nazioni europee. C'è da precisare però che nonostante gli artigiani toscani avessero ottime capacità tecniche, non riuscivano ad unire questa abilità con la loro creatività, e così il gusto italiano continuò ad uniformarsi ai dettami della moda francese fino alla seconda metà del secolo scorso. Solo nel secondo dopoguerra nacque l'alta moda italiana, motivo per cui è risultato

opportuno fare una ricostruzione di quelle che sono state le cause che hanno portato l'Italia e la Toscana, a creare i presupposti per una moda nazionale. L'alta moda italiana nacque dalle passerelle fiorentine, grazie all'opera del buyer Giovanni Battista Giorgini, che creò una vetrina per mostrarla e promuoverla a livello internazionale. Successivamente però la moda divenne sempre più un fenomeno di massa, motivo per cui ha avuto necessità di funzioni manageriali e servizi innovativi, nei quali la Toscana è risultata carente. Per queste carenze Firenze perse lo scettro di punto di riferimento per la moda italiana, alla quale si sostituì Milano. Le cause di quanto sopra, sono trattate nell'ultima parte del capitolo.

Il terzo capitolo, infine, è dedicato ad un'analisi dal punto di vista economico del sistema dell'industria della moda toscano, comparandolo anche con quello nazionale, al fine di verificarne la capacità di evoluzione verso un modello industriale più innovativo. In particolare questo è il capitolo che ha presentato la maggiore difficoltà nel reperimento delle fonti e delle informazioni necessarie; è stata quindi fondamentale l'analisi dei dati dei censimenti industriali Istat e dei principali Istituti regionali toscani sopracitati. In particolare nella prima parte del capitolo si sono ricostruite le caratteristiche del sistema moda toscano dagli anni Cinquanta agli anni Settanta, periodo in cui la Toscana ha attraversato una trasformazione da regione prettamente agricola ad una a carattere industriale. Questa trasformazione ha inciso anche sulle caratteristiche del comparto moda, che come vedremo in realtà non riuscirà a distaccarsi dalla sua connotazione artigianale. Nella seconda parte invece, con riferimento al contesto attuale, si è effettuato un raffronto fra il sistema moda toscano e quello nazionale, per evidenziare caratteristiche comuni e differenze. Infine l'ultima parte è stata dedicata all'analisi del commercio estero della regione, sempre facendo un confronto con il dato nazionale, per far emergere le specializzazioni settoriali della Toscana.

Nelle considerazioni conclusive, dopo una ricostruzione generale e sommaria dei principali aspetti del lavoro di ricerca, vengono quindi avanzate alcune proposte di soluzione riguardo alle principali problematiche del sistema

moda della Toscana, sia riguardo alle singole imprese, che alle istituzioni pubbliche e private della regione.

A questo punto mi sembra doveroso ringraziare la professoressa Valeria Pinchera, che mi ha indirizzato lungo tutto il percorso della mia tesi, dandomi preziosi consigli per la realizzazione finale di questo lavoro; la dottoressa Maria Rita Macchi, che mi ha aiutato nella lunga ricerca e analisi dei dati dei censimenti industriali dell'Istat. Insieme a loro ringrazio tutti quelli che mi hanno seguito e aiutato durante l'esperienza di stage nell'azienda Quesia S.r.l., dandomi l'opportunità di fare un'esperienza veramente costruttiva.

Un grazie particolare va alla mia famiglia, per avermi sostenuto in tutti questi cinque anni accademici, in particolare in questo ultimo periodo di tesi.

Infine voglio ringraziare tutti i miei amici, che mi hanno sempre sostenuto e supportato e i miei compagni di studio universitari, con i quali ho condiviso tutto il percorso di studi.